

媒介事件中的新闻伦理问题研究

聂妍婧

指导教师

叶虎
副教授

厦门大学

学校编码：10384

学 号：30620071152421

分类号_____密级_____

UDC_____



硕 士 学 位 论 文

媒介事件中的新闻伦理问题研究

Journalistic Ethics Applied In Media Event

聂妍婧

指导教师姓名： 叶 虎 副 教 授

专 业 名 称： 新 闻 学

论文提交日期： 2010 年 4 月

论文答辩日期： 2010 年 月

学位授予日期： 2010 年 月

答辩委员会主席：_____

评 阅 人：_____

2010 年 4 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的
研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表
的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规
范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()
课题(组)的研究成果,获得()课题(组)
经费或实验室的资助,在()实验室完成。

(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,
未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

200 年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文(包括纸质版和电子版)，允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

() 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，于
年 月 日解密，解密后适用上述授权。

() 2. 不保密，适用上述授权。

(请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。)

声明人(签名)：

200 年 月 日

摘要

新闻传播与社会伦理道德的互动，产生出社会道德一个分支领域——新闻伦理。随着现代传媒的日益发达，引起公众密切关注的媒介事件受到更广泛的重视。作为新闻传播实践中的现象之一，媒介事件造成的社会效应越明显，则其伦理诉求就越明显。

本研究针对目前媒介事件传播领域存在的诸多伦理问题所造成的不良社会氛围或社会影响，本着提出问题、分析问题、解决问题的基本思路，尝试从伦理学、传播学、新闻伦理学的视角，在分析研究媒介事件中新闻伦理现状的不足中，剖析媒介事件中新闻伦理问题频发的根源，最后提出相应对策，探讨建立有效的新闻伦理建设方案。这样就完成了一个从现象到本质，从问题到方案的完整论述，既符合人们认识事物的客观规律，又避免了只停留在表面现象缺乏理论支撑或者空谈理论无的放矢的现象。

笔者先从概念界定入手。根据传播学集大成者施拉姆对于媒介事件的理解，对媒介事件的概念进行了界定，并总结出媒介事件“事件性”、传媒的人为化、主观化以及系统化的报道形态和立体化的传播效果三层属性。随后，立足于从新闻伦理角度分析媒介事件，侧重媒介事件的源头即传媒本身的问题所在，对媒介事件本身“事实或事件”的伦理问题进行探讨，并运用个案研究法及归纳研究法对媒介事件媒介化过程中出现的新闻伦理问题：新闻虚假、新闻漠视、新闻伤害、新闻错位和新闻越界进行探讨和阐释。在分析问题之后，笔者就其成因进行了尝试性的理论分析与研究，认为经济利益、政治利益、社会利益等利益的冲突及一些相关因素的影响是媒介事件中新闻伦理问题频发的根源所在。最后，在实践总结的基础上提升到理论层面，从媒介事件与新闻伦理建设的密切关系出发，进一步阐释建构媒介事件中新闻伦理建设的必要性以及最终目的。

关键词：媒介事件；新闻伦理；新闻伦理建设

Abstract

News media and social ethics interaction, producing a branch of social ethics - journalistic ethics. With the increasing development of modern mass media, causing public events closely watched by the wider media attention. As news spread of the phenomenon in practice, one of the media event of the social effects caused by the more obvious, its ethical demands of the more significant.

The research is focused on media communication in the field events the existence of many ethical issues caused by bad social environment or social impacts, in line to ask questions, analyze problems, the basic idea to solve the problem, try ethics, communication, journalistic ethics perspective, the analysis of news media ethics case less than the status quo, the analysis of events in the news media frequent source of ethical issues, and finally propose the strategy to explore the ethics of building an effective public information program. This completes the one from the phenomenon to the nature of the problem to the program from a complete discussion, is consistent with people's understanding of the objective law, but also avoid the stop at superficial lack of theoretical support, or just talk about the phenomenon of pointless.

The research start to definition. According to Schramm who is the master of communication media event for the understanding of the concept of media events were defined and summed up the media event "event" of the media's artificial, subjective, and reports of systematic patterns and three-dimensional effects of three propagation properties. Subsequently, based on the ethical point of view of the news media events, media events focusing on the source of the problem that the media itself, the media event itself, "the fact or event" ethical issues are discussed, and the use of case study and summarize the research method of media media events arising in the course of journalistic ethics problems: false news, news ignored, injury news, news dislocation and news to discuss and explain the cross-border. After analyzing the problem, the author conducted on the causes of tentative theoretical analysis and research, that economic interests, political interests, social interests, conflicts of interest and some related factors is the issue of journalistic ethics and media events in

the source of frequent . Finally, in practice, based on the sum raised to the theoretical level, media events and news from the construction of the close relationship between ethics proceeding further interpretation and construction of media events in the need for journalistic ethics and the ultimate aim of building.

Keywords: Media Event; Jurnalistic Ethics; Journalistic Ethics Building

目 录

绪 论	1
第一节 选题由来和意义	1
第二节 相关研究述评	3
一、媒介事件研究综述	3
二、新闻伦理研究综述	8
第三节 研究方法和研究框架	11
一、 研究方法	11
二、 研究框架	11
第一章 媒介事件及新闻伦理的基本理论概述	13
第一节 媒介事件的基本理论概述	13
一、媒介事件的概念界定	14
二、本研究中的媒介事件与其他相关概念的联系和区别	13
第二节 新闻伦理的基本理论概述	16
一、伦理的概念界定	16
二、新闻伦理的理论概述	17
第二章 媒介事件中的伦理问题	20
第一节 媒介事件本身的伦理属性	20
一、“媒介事件”中“某一事实”或“客观事件”“本身具备伦理属性”	20
二、媒介事件本身存在的伦理问题	21
第二节 媒介事件中的伦理问题	23
一、新闻虚假	23
二、新闻漠视	24
三、新闻错位	28
四、新闻伤害	29
五、新闻越界	31

第三章 新闻伦理问题频发的根源.....	36
第一节 经济利益的诱导是新闻伦理问题出现的直接因素	36
第二节 政治利益的主导是新闻伦理问题出现的关键因素	38
第三节 社会整体道德水平滑坡是新闻伦理问题出现的关键因素	39
第四章 媒介事件中的新闻伦理建设	40
第一节 媒介事件中新闻伦理研究的意义	40
一、改进媒介事件中的新闻伦理失范行为	40
二、提供解决媒介事件中伦理问题的基本思路	41
三、促进媒介事件影响社会进步功能的实现	43
第二节 新闻伦理建设	43
一、正确对待中国传媒业的双重属性	44
二、以传媒的社会责任论为考量	44
三、立足于新闻专业主义理念	46
四、加快新闻立法	47
结 语	49
参考文献	51
致 谢	54

Table of Contents

Introduction.....	1
Section I Origin and significance of topics	1
Section II Related Studies.....	3
I 、 Media Event Summary	3
II 、 Journalism Ethical Research	8
Section III Research methods and research framework	11
I 、 Research methods	11
II 、 Research framework.....	12
Chapter I Media events and an overview of the basic theory of	
Journalistic ethics	13
Section I Overview of the basic theory of media events.....	13
I 、 Definition of media events.....	14
II 、 The related concept of media events.....	16
Section II Basic Theory of Journalistic ethics.....	17
I 、 Definition of Ethics.....	17
II 、 Theoretical overview of journalistic ethics	20
Chapter II Ethical issues in the media event	20
Section I the ethical nature of "facts or events," in Media events	20
I 、 The ethical nature of "the fact or event" itself in media events.....	21
II 、 The media event of the "fact or event" in the presence of ethical issues	23
Section II The media ethics in the process of media events	23
I 、 News fault.....	24
II 、 News ignored	24
III、 Media dislocation.....	28
IV、 News hurt	30
V 、 News cross-border	31

Chapter III news source frequency of ethical issues.....	37
Section I Economic interests of journalistic ethics and the induction is a direct factor problem	37
Section II The dominant political interests, news emerged of the key ethical issues	37
Section III The moral standards of society as a whole journalistic ethics a key factor in problem	38
Section IV The impact of other factors	39
Chapter IV Journalistic ethics and media events in the building	40
Section I Journalistic ethics and media events for the significance of building	40
I 、 To improve the event in the news media acts Ethics.....	40
II 、 Provide solutions to media ethics case the basic ideas	41
III、 Media events to promote social progress and the realization of function.....	43
Section II News Ethics	43
I 、 The correct treatment of the dual attributes of China's media industry	43
II 、 Rethink the media responsibility theory of civil society	44
III、 Based on the Marxist concept of journalism	45
IV、 To speed up news legislation.....	47
Conclusion	49
References.....	51
Thanks	54

绪论

第一节 选题由来和意义

2009年4月至5月，广州市海珠桥上接连上演了15场“跳桥秀”。最轰动的一场“秀”发生在5月21日，自称“因被长期拖欠450万元工程款，债主上门催债，致使他无家可归、妻离子散”的中年男子陈富超携带横幅标语爬上海珠桥顶，在僵持5个小时之后，一名60多岁的老伯赖健生突然爬上桥顶，将陈富超推下桥，致其重伤。事后，陈富超涉嫌聚众扰乱公共场所秩序罪，赖健生涉嫌故意伤害罪，两人均被刑事拘留。^①

“跳桥秀”，是指意欲通过跳桥自杀的手段来达到其个人目的、并为媒体所炒作的一场“演出”。^②这类“跳桥秀”报道，如果仅从社会新闻报道业务上进行考量，可以说都是很吸引受众眼球的“好”新闻。因此，在“跳桥秀”现象初起时，不少新闻媒体的报道热情十分高涨。一旦发生“跳桥秀”事件，各路记者蜂拥而至。《南方日报》、中国网、《羊城晚报》、金羊网等媒体都对“跳桥”事件进行了报道。广州“跳桥秀”在媒体的关注和影响之下成为了媒介事件。

可媒体的所为同时也将自身逼入一个两难境地，以致发展到“跳桥秀”成风的程度，媒体这时才意识到问题的严重性，据说广州同城媒体为此达成了一个“守住口风”的内部协议。这显然反映了媒体已经意识到“跳桥秀”报道的悖论，把“跳桥秀”事件上升到了社会公共利益的立场和传播伦理角度上进行考量。

从历史上到今天，媒介事件层出不穷，而且随着大众文化与社会逐渐成型，表现出逐渐频繁化的特征。随着媒介事件在社会生活中日益普遍化和频繁化，其受众影响度也不断增强，不仅遍及到社会各个角落而且深入到社会价值体系等内在层面。新闻媒介的信息传递主体地位使得媒介事件中渗透的新闻伦理价值取向对于受众的价值观有着直接而且重大的影响。

本研究对媒介事件中的新闻伦理问题进行研究，着力于媒介事件中的不合理

^①张鹏 袁喆 黄慧莹. 老汉将跳桥者推下遭围观者扔鞋 被指杀人犯[N]. 南方日报, 2010-5-22.

性。不合理性是在媒介事件中与合理性相伴相生的，包括：媒介事件理念中的错误成分和因子、具体操作中的错误手段与方法及对传媒、社会的恶劣影响等。可以说，媒介事件的传播伦理问题是造成媒介事件在很多时候被等同于“怪胎”、被视作对传统新闻报道理念的“背叛”而遭受抨击、难登大雅之堂的关键原因。由此也使我们对这些不合理性的剥离、摒弃与批判变得尤为重要。

三个方面的因素使得媒介事件中的新闻伦理问题研究成为一种必要。

第一，在学界的研究中，媒介事件社会功能的发现和利用以及媒介事件的社会影响力等都得到了充分的肯定。然而，传媒是一把双刃剑，社会转型背景下在肯定其“社会之公器”的积极作用的同时，对其负面效应的分析研究显得尤为重要，媒体功能失调，背离了新闻报道公正性，侵犯公民权利，违背社会道德，这些都是与构建和谐社会的思想相悖的。因此本研究对媒介事件的伦理问题进行探讨，为传媒在复杂多变的新闻传播实践中有效地履行社会职能提供行动规范，同时探索媒体趋利避害的有效路径，在当代社会情境下，有一定的现实意义。

第二，新闻媒体之所以为当前的许多伦理道德问题困扰，与新闻伦理学的滞后性有着很大的关系，国内的传播伦理尚处于经验总结阶段，或者是单一的研究方向，需要填补的空白还有很多。随着媒介事件在新闻媒介传播中重要性的增强，媒介事件的伦理解构和伦理反思便是一个极其迫切的课题，具备相当的理论意义。

第三，通过对媒介事件合理与不合理部分的剥离、提炼和辩证分析，使它的合理性阳光化、理论化，为传媒在实践中恰当运用媒介事件提供必要的依据和支撑。同时，对媒介事件传播的伦理道德的研究将有助于新闻传播从业者对道德选择的认知，从新闻实践与伦理道德建设的密切关系出发，强调新闻媒体传播者应该把握新闻伦理道德的自觉性、自律性，并能够按照这种道德选择的理想规范去行动，平衡媒介事件中的新闻伦理问题。因而具备一定的实践意义。

本文从媒介事件本身的伦理性出发，主要针对目前媒介事件传播领域存在的诸多伦理问题所造成的不良社会氛围或社会影响，分析概括媒介事件传播及其新闻伦理的内涵、特征，强调事件自身伦理问题，集中分析说明新闻事件传播过程中的主要伦理失范问题，并总结其根源。最后在实践总结的基础上提升到理论层面，从媒介事件传播活动与伦理道德建设的密切关系出发，进一步阐释建构媒介

事件传播活动中的新闻伦理的必要性以及最终的目的。

第二节 相关研究述评

一、媒介事件研究综述

1、国外“媒介事件”研究回顾

在西方，媒介事件是对一种大众新闻传播现象的概念化表述。这一概念最早源于 20 世纪 60 年代美国历史学家丹尼尔·波尔斯丁在其著作《形象》中提出的“伪事件”^①，即经过设计而刻意制造出来供媒体报道的事件，如果不经设计，则不可能发生。^[2]施拉姆也赞同波尔斯丁的观点，认为媒介事件是有意安排的事件，意在引起人们的注意，具有虚伪性。^[3]此后，不同的学者从不同的视角出发，对媒介事件这一大众传播现象作了不同的解读和定义。尼克·寇德瑞认为媒介事件包含了各种“媒介仪式”，是指媒体聚焦的大型事件，这类事件能建构媒介的权威，并充满了各种建构现实的符号之间的冲突，它与媒介化中心的神话有密切关系。^[4]约翰·菲斯克将其界定为媒介化的事件，是一种超现实的幻象。媒介事件都有其原生的真实事件触因，关键是这些事件在媒介化之后，其文化意义已经超越了原生事件。^[5]

丹尼尔·戴扬和伊莱休·卡茨在《媒介事件——历史的现场直播》一书中认为媒介事件是一种“对电视的节日性收看，即关于那些令国人乃至世人屏息驻足的电视直播的历史事件——主要是国家级的事件”，可分为“竞赛”、“征服”、“加冕”三种类型或称脚本，分别表现“划时代的政治和体育竞赛”、“超凡魅力的政治使命”和“大人物们所经历的过渡仪式”。^{[6] (30)}

2、国内媒介事件研究回顾

(1) 概念界定

自 1990 年代以来，“媒介事件”这一解释和研究新闻传播现象的重要概念被我国学者频繁使用。和国外一样，我国学者对媒介事件的认识也是从“伪事件”开始的整理。

^① 又译为“假事件”。

发表在 1990 年 6 月《郑州大学学报哲社版》上的《试论大众传媒的隐性功能》一文,是目前可见的我国内地最早涉及媒介事件研究的文章。在这篇文章中,作者李拉对波尔斯丁“伪事件”和施拉姆的媒介事件概念提出异议,并提出一个泛化的定义,认为“媒介事件远远不限于伪事件,事实上我们把所有经过大众媒介传播的事件统称为媒介事件,不管它是人为制造的伪事件,还是自然发生的真事件。”^[7]这之后,李彬在其《传播学引论》中对媒介事件的概念作了同样的界定,并从其功能上作了理论溯源,他认为媒介事件又和媒介人物一道组成了媒介环境,即李普曼所说的“身外世界和脑海图景”,它是由大众传播的隐性功能建构的。^[8]

与李彬不同,20 世纪 90 年代中期有论者认识到媒介事件的一大特点是社会组织即事件当事人的主动设计,没有设计就没有媒介事件,而相对于社会组织主动设计的则是媒介的被动传播。^[9]陈力丹同样认识到了媒介事件的策划成分,但对“社会组织主动设计”、“媒介被动传播”的看法并不认同,他将媒介事件界说为“媒介报道的事件,程度不同地带有有意安排或推动的成分。”^[10]这个定义的基调摆脱了使用“伪事件”、“制造”等贬义词语,更重要的是突出了媒介在其中的参与、策划。

施喆对媒介事件的概念提出了不同看法,他认为:“媒体能够通过持续对某一问题的集中报道,使原本不出现在公众视野之内的事件成为一时间社会关注的焦点。如果这一事件主要是由媒体发起、策划,或在其进行过程中起了主要的推动作用,可以认为这样的‘伪新闻事件’就是媒介事件。如果媒体没有参与策划,那就只能是新闻事件而不是媒介事件。”^[11]

但将“某一问题”和“原本不出现在公众视野之内的事件”作为媒体建构媒介事件的基础仍显含糊。新闻理论告诉我们,能“成为一时间社会关注的焦点”的社会事件,必须经传媒的报道,而经传媒报道的事件必须具备新闻价值。所以,本身具有一定新闻价值的事件才有可能成为媒介事件,因此,有学者提出,媒介事件应该是“在一定新闻事实基础上,由传媒组织策划,并与当事人等一道推动和促进事实向前发展的过程。媒介事件的发端应该是社会上的热点、难点问题,事件本身具有一定新闻价值。”^[12]

对媒介事件的来源,陈先红进一步将其明确为“具有公众性、公开性、公益

性和公共性的重大事件”，并且“事件本身的重要性和影响力是使其成为媒介事件的前提条件，而媒介的广泛参与则对媒介事件的形成起到了推波助澜的作用，两者的相互作用决定了媒介影响的范围和强度”。^[13]

针对上述研究成果，刘自雄于 2005 年对媒介事件的内涵进行了归纳，提出了两种理论范式：1 真实事件-媒介化 编码：聚焦、放大、删减、扭曲-媒介事件（奇观）；2 媒介化动机-个人、社会组织、媒介、政府-导演事件 预编码：人为安排、表演-媒介化 一媒介事件（伪事件）^{[14] (35-39)}

（2）媒介事件与议程设置理论

在国内媒介事件的研究中，议程设置理论最早被施喆纳入媒介事件的研究领域，并指出媒介事件是大众传播媒介议题设置功能的集中体现，而媒介事件的具体运作机制，则有赖于媒介间议题设置。该理论认为，影响媒介议程的一支很重要的力量来自其他媒介的内容。媒体之间互设议程、互相炒作的结果，使某一平时不为公众关注的事件能迅速成为媒体集中报道的焦点，从而强行将该事件纳入公共空间，作为一段时间内最重要的议程和媒介事件。^[11]

另外，国内研究者还对媒介事件中议程设置偏颇的问题进行探讨。大众媒介通过设置某些议程，引导受众对于某些议程轻重急缓的考虑，这是媒介议程设置功能的表现，也是其发挥正确舆论导向的重要理论依据。然而，如果议程设置不当或者议程设置偏颇，则会使媒介议程与客观议程错位，从而产生误导受众甚或欺骗受众的可能。《从议程设置理论解析网络受众的传播地位——以媒介事件马加爵案入手》一文探讨了媒介事件中出现的议程偏颇，并指出其在效果上构成了受众的议程偏颇。^[15]

（3）媒介事件与仪式理论

近年来有许多学者用文化人类学中重要的理论之一——仪式理论来分析传播现象。仪式具有非常规性和干扰性的特点，并具有超越日常生活的象征意义，媒介事件是大众传播突破其日常传播状态和过程的“非日常”事件，是对日常生活的“干扰”和“打断”。^[16]媒介事件是被建构成符号化了的带有神圣光环的“仪式”，包含了特定社会价值观念意义，受众是被“邀请”来参加这场仪式的。因此，关于媒介事件仪式意义的探讨成为学者们关注最多的问题之一，近年来对奥运会^[17]、“感动中国”颁奖盛典^[18]、春晚^[19]、青藏铁路通车^[20]等媒介事件的研究大

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕